

Звіт за III квартал 2024 року

Липень – вересень

Прогноз на 2024 фінансовий рік підтверджено:

«Хенкель» продовжує нарощувати темпи зростання у третьому кварталі

- Продажі Групи зросли до 5,5 млрд євро, що в органічному вираженні становить +3,3 %.
- Органічне зростання продажів відбулося за рахунок обох бізнес-підрозділів:
 - Підрозділ «Клейові технології» досяг значного органічного зростання на рівні +3,7 %
 - Підрозділ «Споживчі бренди» звітує про хороше органічне зростання продажів на рівні 2,7 %
- Розширено амбітні цілі щодо захисту клімату завдяки дорожній карті досягнення «чистого нуля»: До 2045 року викиди парникових газів мають бути скорочені до «чистого нуля»
- Підтверджено прогноз продажів і прибутку на 2024 фінансовий рік – хороші шанси досягти верхньої половини діапазону прибутків

Дюссельдорф, 6 листопада 2024 р. – У **третьому кварталі 2024 року** компанія «Хенкель» збільшила **продажі Групи** приблизно до 5,5 млрд євро. Це відповідає значному органічному зростанню на рівні 3,3 %, що було зумовлено хорошою ціновою динамікою та загальною позитивною тенденцією щодо обсягів на рівні Групи. У номінальному вираженні продажі зросли на 1,0% порівняно з попереднім кварталом.

«У третьому кварталі ми продовжували демонструвати високі результати, сприяючи успішному подальшому розвитку компанії «Хенкель». Свій внесок у це зробили обидва бізнес-підрозділи, забезпечивши подальше органічне зростання. Також у третьому кварталі ми досягли високого валового прибутку, що дало змогу й надалі збільшувати інвестиції в наші бізнеси та бренди. Скоригована рентабельність за показником EBIT продемонструвала відповідне зростання. Це свідчить про те, що ми перебуваємо на правильному шляху, реалізуючи нашу програму зростання», – зазначив Карстен Кнобель (Carsten Knobel) голова правління Ради директорів компанії «Хенкель».

«Ми переконані, що 2024 фінансовий рік стане ще одним успішним роком для компанії «Хенкель» і що ми досягнемо наших цільових показників продажів і прибутку, які підвищили протягом року. Тому сьогодні ми підтвердили наш **прогноз**. Завдяки високим результатам, досягнутим на сьогодні, бачимо чітку перспективу досягти верхньої половини відповідних діапазонів прибутку Групи. Це стосується як скоригованої маржі за показником EBIT, так і зростання скоригованого показника прибутку на акцію (EPS)».

Компанія «Хенкель» також досягла подальшого прогресу в реалізації своєї **стратегічної програми зростання**. З огляду на це компанія «Хенкель» зміцнює свою відданість принципам сталого розвитку. У межах цього процесу «Хенкель» розробила **дорожню карту досягнення «чистого нуля»**, яка включає розширені цілі зі скорочення викидів у всьому ланцюзі створення цінності.

«Ми всі повинні взяти на себе відповідальність і допомогти обмежити глобальне потепління до 1,5 °C, як це передбачено Паризькою кліматичною угодою. Наша дорожня карта, затверджена ініціативою «Науково обґрунтовані цілі» (Science Based Targets initiative), визначає, що ми робимо для досягнення нульового балансу викидів парникових газів до 2045 року. Для досягнення цієї мети ми будемо впроваджувати широкий спектр заходів уздовж усього ланцюга створення цінності», – пояснив Карстен Кнобель.

Динаміка продажів за бізнес-підрозділами

млн євро	Продажі			В органічно му вираженні
	3-й кв. 2023 р.	3-й кв. 2024 р.	+/-	
Третій квартал				
Група Henkel	5 440	5 492	1,0%	3,3%
«Клейові технології»	2 711	2 800	3,3%	3,7%
«Споживчі бренди»	2 695	2 653	-1,6%	2,7%
Січень – вересень	1-9/2023	1-9/2024		
Група Henkel	16 366	16 305	-0,4%	3,0%
«Клейові технології»	8 186	8 275	1,1%	2,5%
«Споживчі бренди»	8 060	7 919	-1,8%	3,7%

Бізнес-підрозділ **«Клейові технології»** досяг значного органічного зростання продажів у третьому кварталі, чому сприяли всі бізнес-напрями. Хороших показників органічного зростання продажів бізнес-підрозділу **«Споживчі бренди»** було досягнуто передусім завдяки глобальному бізнес-напрямку **«Засоби для волосся»**.

Показники продажів Групи

У 3-му кварталі 2024 року продажі Групи в номінальному вираженні зросли на 1,0 % до 5,492 млн євро. Результатом придбання/продажу активів стало збільшення продажів на 1,2 %. Вплив валютних курсів позначився на продажах негативно розміром -3,6 %. **В органічному вираженні** (тобто з урахуванням впливу валютних курсів і придбання/продажу активів) обсяг продажів збільшився на 3,3 %. Це зростання було зумовлене як хорошою ціновою динамікою, так і загальною позитивною динамікою обсягів на рівні Групи.

За перші дев'ять місяців 2024 року обсяг продажів становив 16,305 млн євро. Це еквівалентно номінальному зниженню на -0,4 %. **В органічному вираженні** компанія «Хенкель» досягла значного зростання продажів на рівні 3,0 %, що було зумовлено як змінами цін, так і змінами обсягів.

Показники продажів Групи

млн євро	3-й кв. 2023 р.	3-й кв. 2024 р.	1-9/2023	1-9/2024
Продажі	5 440	5 492	16 366	16 305
Зміни порівняно з попереднім роком	-9,0%	1,0%	-3,1%	-0,4%
Валютні курси	-6,3%	-3,6%	-3,9%	-2,4%
З поправкою на валютні курси	-2,7%	4,5%	0,8%	2,1%
Придбання/продаж	-5,5%	1,2%	-3,4%	-1,0%
В органічному вираженні	2,8%	3,3%	4,1%	3,0%
З них ціна	8,3%	2,1%	10,8%	2,4%
З них обсяг	-5,5%	1,2%	-6,7%	0,6%

Органічне зростання продажів у третьому кварталі відбувалося в **Європі, регіоні ІМЕА, Азійсько-Тихоокеанському регіоні та Латинській Америці**. У **Північній Америці** зафіксовано негативну динаміку продажів в органічному вираженні в обох бізнес-підрозділах.

Показники продажів за регіонами

	Європа	ІМЕА	Північн а Америк а	Латинсь ка Америк а	Азійськ о- Тихооке анський регіон	Корпор ативний	Група Henkel
млн євро							
Продажі¹ липень – вересень 2024 р.	2 047	580	1 509	401	915	40	5 492
Продажі ¹ липень – вересень 2023 р.	2 040	594	1 517	420	837	34	5 440
Зміни порівняно з попереднім роком	0,4%	-2,3%	-0,5%	-4,4%	9,3%	–	1,0%
В органічному вираженні	0,7%	19,6%	-1,7%	6,1%	6,4%	–	3,3%
Частка продажів							
Групи 2024 р.	37%	11%	27%	7%	17%	1%	100%
Частка продажів Групи 2023 р.	37%	11%	28%	8%	15%	1%	100%

¹ За місцем розташування компанії.

Також за **перші дев'ять місяців 2024 року** сильне органічне зростання продажів компанії «Хенкель» відбулося в усіх регіонах, за винятком Північної Америки.

Показники продажів за регіонами

	Європа	ІМЕА	Північ а Америк а	Латинсь ка Америк а	Азійськ о- Тихооке анський регіон	Корпор о- ативний	Група Henkel
млн євро							
Продажі¹ січень – вересень 2024 р.	6 118	1 712	4 542	1 265	2 556	111	16 305
Продажі ¹ січень – вересень 2023 р.	6 324	1 610	4 621	1 254	2 438	120	16 366
Зміни порівняно з попереднім роком	-3,3%	6,4%	-1,7%	0,8%	4,9%	–	-0,4%
В органічному вираженні	1,4%	20,6%	-1,6%	2,1%	5,8%	–	3,0%
Частка продажів Групи 2024 р.	38%	11%	28%	8%	16%	1%	100%
Частка продажів Групи 2023 р.	39%	10%	28%	8%	15%	1%	100%

¹ За місцем розташування компанії.

Показники продажів бізнес-підрозділу «Клейові технології»

У **третьому кварталі 2024 року продажі** бізнес-підрозділу «Клейові технології» становили 2,800 млн євро. Це становить номінальне зростання на рівні 3,3 % порівняно з попереднім кварталом (у попередньому році): 2,711 млн євро). **В органічному вираженні** (тобто з урахуванням впливу валютних курсів і придбань/продажу активів) обсяг продажів збільшився на 3,7 %. Це зростання було зумовлене значним збільшенням обсягів, тоді як ціни залишалися стабільними порівняно з попереднім кварталом. Вплив валютних курсів призвів до зниження продажів на -3,3 %. Придбання/продаж активів мали позитивний вплив на рівні 2,8 %.

За **перші дев'ять місяців 2024 року** бізнес-підрозділ «Клейові технології» продемонстрував зростання продажів у **номінальному вираженні** на рівні 1,1 % – до 8,275 млн євро. **В органічному вираженні**, бізнес-підрозділ «Клейові технології» досяг значного зростання продажів на рівні 2,5 % насамперед за рахунок збільшення обсягів.

Показники продажів бізнес-підрозділу «Клейові технології»

млн євро	3-й кв. 2023 р.	3-й кв. 2024 р.	1-9/2023	1-9/2024
Продажі	2 711	2 800	8 186	8 275
Частка продажів Групи	50%	51%	50%	51%
Зміни порівняно з попереднім роком	-9,5%	3,3%	-3,3%	1,1%
Валютні курси	-6,5%	-3,3%	-3,6%	-2,4%
З поправкою на валютні курси	-3,0%	6,5%	0,3%	3,5%
Придбання/продаж	-3,8%	2,8%	-3,0%	0,9%
В органічному вираженні	0,8%	3,7%	3,3%	2,5%
З них ціна	4,9%	-0,2%	8,3%	0,1%
З них обсяг	-4,1%	3,9%	-5,0%	2,4%

Досягненню високих показників органічного зростання продажів бізнес-підрозділу «Клейові технології» у третьому кварталі сприяли всі три бізнес-напрями. У бізнес-напрямі **«Мобільність та електроніка»** було досягнуто сильне органічне зростання продажів на рівні 3,9 %. Таке зростання відбулося завдяки двозначному зростанню в сегменті «Електроніка» та дуже сильному зростанню в промисловому сегменті. Продажі в автомобільному сегменті загалом знизилися через уповільнення ринкового попиту. У бізнес-напрямі **«Упаковка та споживчі товари»** було зафіксовано значне органічне зростання продажів на рівні 2,7 %, причому в сегменті «Упаковка» було досягнуто значного органічного зростання продажів завдяки покращенню попиту. У сегменті «Споживчі товари» спостерігалось позитивне органічне зростання продажів. У бізнес-напрямі **«Домашній ремонт, будівництво і товари для професіоналів»** було досягнуто органічне зростання продажів на рівні 4,5 %. Свій внесок у це зробили підрозділи «Промислове виробництво і технічне обслуговування» і «Товари для споживачів і домашнього ремонту», які продемонстрували дуже високі темпи зростання продажів в обох випадках. Хороші темпи зростання було зафіксовано в сегменті «Будівництво».

Динаміка продажів за бізнес-напрямами

млн євро	Продажі			В органічно му вираженні
	3-й кв. 2023 р.	3-й кв. 2024 р.	+/-	
Третій квартал				
«Клейові технології»	2 711	2 800	3,3%	3,7%
Мобільність та електроніка	980	989	1,0%	3,9%
Упаковка та споживчі товари	855	841	-1,6%	2,7%
«Домашній ремонт, будівництво і товари для професіоналів»	876	969	10,6%	4,5%
Січень – вересень	1-9/2023	1-9/2024		
«Клейові технології»	8 186	8 275	1,1%	2,5%
Мобільність та електроніка	2 879	2 926	1,6%	4,8%
Упаковка та споживчі товари	2 588	2 520	-2,6%	0,5%
«Домашній ремонт, будівництво і товари для професіоналів»	2 719	2 829	4,0%	2,1%

З регіональної точки зору, бізнес-підрозділ «Клейові технології» в третьому кварталі продемонстрував позитивні показники органічного зростання продажів у **Європі**, чому посприяли всі три бізнес-напрями. Натомість у **Північній Америці** було зафіксовано незначне від'ємне зростання продажів в органічному вираженні, що пов'язано з тенденціями у бізнес-напрямах «Мобільність та електроніка» та «Упаковка та споживчі товари». У регіоні **ІМЕА** бізнес-підрозділ досяг двозначного органічного зростання продажів, причому свій внесок зробили всі бізнес-напрями. У **Латинській Америці** спостерігалось значне органічне зростання продажів, головним чином, за рахунок бізнес-направів «Мобільність та електроніка» та «Домашній ремонт, будівництво і товари для професіоналів». В Азійсько-Тихоокеанському регіоні спостерігалось дуже сильне органічне зростання продажів, до якого долучилися всі три бізнес-напрями, причому особливо позитивний ефект мав розвиток бізнесу в Китаї.

Показники продажів бізнес-підрозділу «Споживчі бренди»

У бізнес-підрозділі «Споживчі бренди» **продажі в третьому кварталі 2024 року** становили 2,653 млн євро, що **в номінальному вираженні** на -1,6 % менше, ніж у відповідному кварталі попереднього року. **В органічному вираженні**, тобто з урахуванням впливу валютних курсів та придбання/продажу активів, бізнес-підрозділ досягнув значного зростання продажів на рівні 2,7 %, що було зумовлено продовженням дуже сильної цінової складової. На зростання обсягів негативно вплинули поточні заходи з оптимізації портфеля. Вплив валютних курсів призвів до зниження продажів на -3,9 %. Придбання/продажі активів призвели до скорочення продажів ще на -0,4 %.

За **перші дев'ять місяців 2024 року** продажі бізнес-підрозділу «Споживчі бренди» становили 7,919 млн євро, що **в номінальному вираженні** становить скорочення на -1,8 % порівняно з відповідним кварталом попереднього року. **В органічному вираженні** продажі зросли на 3,7 %, що було зумовлено ціновими чинниками.

Показники продажів бізнес-підрозділу «Споживчі бренди»

млн євро	3-й кв. 2023 р.	3-й кв. 2024 р.	1-9/2023	1-9/2024
Продажі	2 695	2 653	8 060	7 919
Частка продажів Групи	50%	48%	49%	49%
Зміни порівняно з попереднім роком	-7,6%	-1,6%	-2,3%	-1,8%
Валютні курси	-6,3%	-3,9%	-4,2%	-2,6%
З поправкою на валютні курси	-1,3%	2,3%	1,9%	0,8%
Придбання/продаж	-7,5%	-0,4%	-4,0%	-2,9%
В органічному вираженні	6,2%	2,7%	5,9%	3,7%
З них ціна	11,9%	4,4%	13,3%	4,9%
З них обсяг	-5,7%	-1,7%	-7,5%	-1,2%

Бізнес-напрямок «**Засоби для прання та догляду за оселею**» у третьому кварталі досягнув позитивного органічного зростання продажів на рівні 0,9 %. Деяко негативну динаміку органічних продажів було зафіксовано в сегменті «Засоби для прання», головним чином через заходи з оптимізації портфеля. На противагу цьому в сегменті «Засоби для догляду за оселею» було досягнуто значного органічного зростання продажів передусім завдяки двозначному збільшенню продажів у категорії «Засоби для миття посуду» та дуже високому зростанню продажів у категорії «Засоби для догляду за туалетом».

Дуже сильне органічне зростання продажів на рівні 6,8 % продемонстрував бізнес-напрямок «**Засоби для волосся**», причому значне збільшення продажів відбулося в сегменті «Споживчі товари» насамперед завдяки двозначному зростанню в категорії «Засоби для укладання волосся». У сегменті «Товари для професіоналів» зафіксовано дуже високе органічне зростання продажів.

У напрямі «Інші споживчі бізнеси» було зафіксовано значне органічне зростання продажів на рівні 2,0 %, зокрема, завдяки дуже високому зростанню в Європі.

Динаміка продажів за бізнес-напрямами

млн євро	Продажі			В органічно му вираженні
	3-й кв. 2023 р.	3-й кв. 2024 р.	+/-	
Третій квартал				
«Споживчі бренди»	2 695	2 653	-1,6%	2,7%
Засоби для прання та догляду за оселею	1 726	1 649	-4,4%	0,9%
Засоби для волосся	779	829	6,3%	6,8%
«Інші споживчі бізнеси»	190	175	-8,1%	2,0%
Січень – вересень	1-9/2023	1-9/2024		
«Споживчі бренди»	8 060	7 919	-1,8%	3,7%
Засоби для прання та догляду за оселею	5 179	4 974	-4,0%	2,3%
Засоби для волосся	2 347	2 437	3,8%	7,1%
«Інші споживчі бізнеси»	534	508	-4,9%	2,2%

З регіональної точки зору, у третьому кварталі бізнес-підрозділ «Споживчі бренди» досяг позитивного органічного зростання продажів у **Європі**. Суттєве зростання продажів відбулося в бізнес-напрямі «Засоби для волосся», тоді як бізнес-напряму «Засоби для прання та догляд за оселею» продемонстрував дещо від'ємну динаміку. У **Північній Америці** зафіксовано загальне зниження продажів в органічному вираженні насамперед через портфельні заходи в бізнес-напрямі «Засоби для прання та догляду за оселею». Натомість бізнес-напряму «Засоби для волосся» в Північній Америці досягнув дуже високих темпів зростання. У **Латинській Америці** було зафіксовано значне органічне зростання продажів, що стало можливим завдяки бізнес-напряму «Засоби для волосся». У регіоні **ІМЕА** було досягнуто двозначного органічного зростання продажів у всіх бізнес-напрямах. В **Азійсько-Тихоокеанському регіоні** було зафіксовано дуже сильне органічне зростання продажів, причому свій внесок зробили як бізнес-напряму «Засоби для волосся», так і бізнес-напряму «Засоби для прання та догляду за оселею».

Чисті активи та фінансове становище Групи

Істотних змін у чистих активах та фінансовому становищі Групи в звітному періоді порівняно із ситуацією станом на 30 червня 2024 року не відбулося.

Прогноз Групи Henkel

У 2024 фінансовому році компанія «Хенкель» очікує на **органічне зростання продажів Групи** на рівні 2,5–4,5%. У бізнес-підрозділі «Клейові технології» зростання продажів в органічному вираженні очікується в межах 2,0–4,0 %. У бізнес-підрозділі «Споживчі бренди» компанія очікує зростання продажів в органічному вираженні на рівні від 3,0 до 5,0 %.

Скоригована рентабельність продажів (скоригована маржа EBIT) очікується в діапазоні від 13,5 до 14,5 %. Очікується, що скоригована рентабельність продажів становитиме від 16,0 до 17,0 % для бізнес-підрозділу «Клейові технології» та від 13,0 до 14,0 % для бізнес-підрозділу «Споживчі бренди».

Щодо **скоригованого прибутку на привілейовану акцію (EPS)**, «Хенкель» очікує зростання в діапазоні від +20,0 до +30,0 % при незмінних валютних курсах.

Крім того, ми маємо такі очікування на 2024 рік:

- Придбання/продаж активів: нейтральний вплив на номінальне зростання продажів
- Перерахунок продажів в іноземній валюті: негативний вплив у відсотковому діапазоні від низьких до середніх однозначних значень
- Ціни на прямі матеріали: стабільна динаміка порівняно з середнім показником попереднього року
- Витрати на реструктуризацію від 250 до 300 млн євро
- Відтік коштів за інвестиціями в основні фонди та нематеріальні активи розміром від 650 до 750 млн євро

Про компанію «Хенкель»

Завдяки своїм брендам, інноваціям і технологіям компанія «Хенкель» займає провідні позиції на світовому ринку промислових і споживчих товарів. Бізнес-підрозділ «Клейові технології» компанії «Хенкель» є світовим лідером на ринку клеїв, герметиків і функціональних покриттів. Бізнес-підрозділ «Споживчі бренди» посідає провідні позиції на багатьох ринках і в багатьох категоріях по всьому світу, зокрема у бізнес-напрямах «Засоби для прання та догляду за оселею» і «Засоби для волосся». Три провідні бренди компанії «Хенкель» – Loctite, Persil і Schwarzkopf. У 2023 фінансовому році «Хенкель» відзвітувала про обсяг продажів на суму понад 21,5 млрд євро та скоригований операційний прибуток на суму близько 2,6 млрд євро. Привілейовані акції «Хенкель» включені до фондового індексу Німеччини DAX. Сталий розвиток – це давня традиція у «Хенкель», і компанія має чітку стратегію сталого розвитку з конкретними цілями. Компанію «Хенкель» було засновано в 1876 році. Станом на сьогодні в ній працює понад 48 000 співробітників по всьому світу, об'єднаних сильною корпоративною культурою, спільними цінностями та спільною метою: «Pioneers at heart for the good of generations». Більше інформації можна знайти на сайті www.henkel.com.

Цей документ містить заяви, що стосуються майбутнього розвитку бізнесу, фінансових показників та інших подій, що матимуть значення для компанії «Хенкель» у майбутньому, які можуть бути прогнозними заявами. Прогнозні заяви характеризуються використанням таких слів, як «очікувати», «мати намір», «планувати», «передбачати», «вважати», «припускати» та інших подібних слів. Такі заяви ґрунтуються на поточних оцінках і припущеннях, зроблених керівництвом Henkel AG & Co. KGaA. Ці заяви не слід розуміти як гарантію того, що ці очікування справдяться. Майбутні показники діяльності компанії Henkel AG & Co. KGaA і дочірніх компаній залежать від низки ризиків і невизначеностей й у зв'язку з цим можуть суттєво відрізнятись (як у позитивний, так і в негативний бік) від даних, наведених у прогнозних заявах. Багато з цих факторів не залежать від компанії «Хенкель» і не піддаються точній попередній оцінці. Серед цих факторів – майбутня економічна ситуація та дії конкурентів та інших гравців на ринках. «Хенкель» не планує і не зобов'язується оновлювати прогнозні заяви в цьому документі.

Цей документ включає додаткові фінансові показники, які не мають чітких визначень у відповідних межах фінансової звітності та які є або можуть виступати в ролі альтернативних показників діяльності. Ці додаткові фінансові показники не слід розглядати окремо або як альтернативи показникам чистих активів і фінансової позиції або результатів діяльності «Хенкель», наданим відповідно до чинної форми фінансової звітності в документах Хенкель» з консолідованою фінансовою звітністю. Інші компанії, які публікують або описують аналогічно позначені альтернативні показники своєї діяльності, можуть розраховувати їх іншим способом.

Цей документ опубліковано лише з інформаційною метою, і його не слід розглядати як рекомендацію щодо здійснення інвестицій, пропозиції з продажу активів або пропозиції офери з купівлі будь-яких цінних паперів.

За додатковою інформацією, будь ласка, звертайтеся до:

Олени Андрощук,
керівника відділу
корпоративних комунікацій
«Хенкель» в Україні

«Хенкель Україна»
Тел.: +38 050 389 83 45
Факс: +38 044 247 51 00
e-mail: elena.androschuk@henkel.com

Олени Хмари,
керівника PR-проектів

Агенція «PR-Service»
Тел./факс: +38 044 501 32 44
Моб. тел.: +38 050 382 82 74
e-mail: a.khmara@pr-service.com.ua

